

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Mobil Anak Bangsa
Sumber Gambar: Dokumentasi Perusahaan (2026)

PT Mobil Anak Bangsa didirikan sejak tahun 2016 oleh Jenderal TNI (Purn.) Dr. Moeldoko yang sebelumnya menjabat sebagai Panglima TNI dan Kepala Staf Kepresidenan RI. Perusahaan ini bergerak di industri otomotif khususnya kendaraan listrik pada sektor komersial. PT Mobil Anak Bangsa Indonesia merupakan perusahaan induk, sedangkan PT Mobil Anak Bangsa merupakan salah satu anak perusahaan yang bergerak dalam produksi kendaraan listrik komersial (PT Mobil Anak Bangsa Indonesia, n.d.). PT Mobil Anak Bangsa Indonesia memiliki anak perusahaan sebagai berikut:

1. PT Mobil Anak Bangsa, perusahaan yang bergerak di bidang produksi kendaraan listrik komersial, seperti bus listrik, truk listrik, dan mini-van listrik. Merek produk PT Mobil Anak Bangsa adalah MAB.
2. PT Motor Anak Bangsa, perusahaan yang bergerak di bidang produksi sepeda motor listrik. Merek produk PT Motor Anak Bangsa adalah Electro.
3. PT MAB Distributor Indonesia, perusahaan yang bergerak di bidang distribusi produk.

4. PT MAB Sparepart Indonesia, perusahaan yang bergerak di bidang layanan purna jual produk.
5. PT MAB SPLU Indonesia, perusahaan yang bergerak di bidang bisnis stasiun pengisian daya.
6. PT MAB Transportasi Indonesia, perusahaan yang bergerak di bidang operator bus di Indonesia.
7. PT MAB Land System, perusahaan yang bergerak di bidang produksi peralatan dan kendaraan militer.

Pasar Indonesia juga antusias menerima inovasi MAB dan memicu lonjakan. Hingga saat ini, keberhasilan MAB telah memasuki pasar dan mendapatkan kepercayaan dari perusahaan besar serta terus berkembang di industri otomotif nasional maupun global.

2.2 Visi Misi

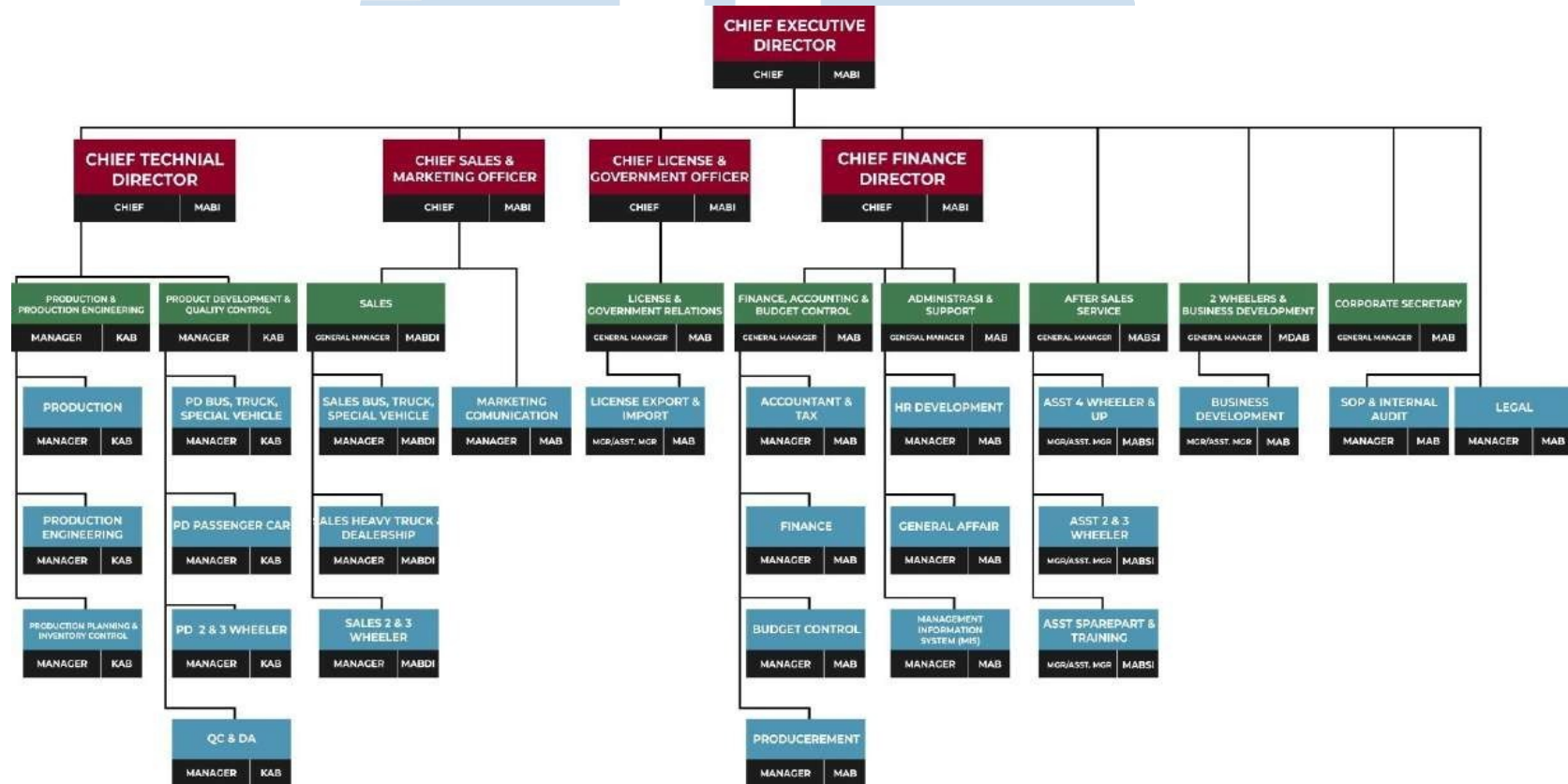
VISI

Menjadi perusahaan kendaraan listrik terkemuka di Indonesia.

MISI

1. Memproduksi kendaraan listrik berkualitas tinggi yang berfokus pada kendaraan komersial, termasuk kendaraan roda dua, roda tiga, dan kendaraan khusus.
2. Terus berinovasi dalam produk kendaraan listrik yang diproduksi secara berkelanjutan untuk memenuhi permintaan pasar.
3. Memprioritaskan kepuasan dan pelayanan pelanggan dengan produk unggulan dan pengiriman tepat waktu.
4. Menghasilkan produk yang menguntungkan secara komersial.
5. Menghargai kontribusi karyawan sebagai aset utama perusahaan

2.3 Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Mobil Anak Bangsa Indonesia
Sumber Gambar: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Struktur organisasi dari PT Mobil Anak Bangsa Indonesia yang mencakup seluruh divisi maupun anak perusahaan lainnya. Pada level tertinggi terdapat *Chief Executive Director* yang berperan sebagai pemimpin utama PT Mobil Anak Bangsa Indonesia. Selanjutnya, terdapat beberapa direktur utama terdapat *Chief Technical Officer* bertanggung jawab mengenai teknis dan produksi, *Chief Sales & Marketing Officer* bertanggung jawab mengenai penjualan serta pemasaran, *Chief License & Government Relations* bertanggung jawab mengenai perizinan serta hubungan pemerintahan dan *Chief Finance Officer* bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan perusahaan.

Kemudian, pada level manajerial atas terdapat beberapa divisi utama yang dikelola secara lebih spesifik terdapat *Production & Production Engineering, Product Development & Quality Control, Sales, Licenses & Government Relations, Finance, Accounting & Budget Control, Administration & Support, After Sales Service, 2 Wheeler & Business Development, serta Corporate Secretary* (PT Mobil Anak Bangsa Indonesia, n.d.).

Selanjutnya, pada level manajerial menengah terdapat beberapa manager yang mengelola fungsi secara lebih spesifik yaitu:

A. *Production & Production Engineering & Product Development & Quality Control*

1. Production Manager
2. Production Engineering Manager
3. Production Planning & Inventory Control Manager
4. PD Bus, Truck, Special Vehicle Manager
5. PD Passenger Car Manager
6. PD 2 & 3 Wheeler Manager
7. QC/QA Manager

B. *Sales*

1. Sales Bus, Truck, Special Vehicle Manager
2. Sales Heavy Truck & Dealership Manager

3. Sales 2 & 3 Wheeler Manager

C. Marketing Communication

1. Marketing Communication Manager

D. Licenses & Government Relations

1. License, Export & Import Manager

E. Finance, Accounting & Budget Control

1. Accountant & Tax Manager
2. Finance Manager
3. Budget Control Manager
4. Procurement Manager

F. Administration & Support

1. HR Development Manager
2. General Affair Manager
3. Management Information System (MIS) Manager

G. After Sales Service

1. After Sales 4 Wheeler & Up
2. After Sales 2 & 3 Wheeler
3. Sparepart & Training

H. 2 Wheeler & Business Development

1. Business Development Manager

I. Corporate Secretary

1. SOP & Internal Audit Manager
2. Legal Manager

2.4 Ruang Lingkup Divisi

Praktik kerja magang dalam departemen *Marketing Communication*, sebagai *Social Media Management*. Berikut merupakan struktur organisasi dari departemen *Marketing Communication* di PT Mobil Anak Bangsa.



Gambar 2.3 Struktur Marketing Communication PT Mobil Anak Bangsa
Sumber Gambar: Olahan Penulis (2026)

Praktik kerja magang sebagai *Social Media Management Intern* di bawah naungan divisi *Marketing Communication*. Divisi *Marketing Communication* PT Mobil Anak Bangsa bertugas dan bertanggung jawab sebagai berikut:

- a. Menyiapkan dan mengeksekusi kampanye pemasaran serta aktivitas komunikasi pemasaran.
- b. Melakukan kegiatan *Public Relations* mulai dari penulisan *Press Release*, *Media Monitoring* dan dokumentasi publikasi.
- c. Melaksanakan *event* perusahaan, pameran, peluncuran produk, webinar serta aktivitas promosi secara *offline* dan *online*.

Penulis bekerja sebagai *Social Media Management Intern* di bawah bimbingan supervisor manager *Marketing Communication* dan mentor staf

Marketing Communication. Berikut tugas dan tanggung jawab dari *Social Media Management Intern*:

- a. Mengelola akun media sosial Instagram, TikTok dan Facebook Electro powered by Mobil Anak Bangsa.
- b. Menyusun *content planning*, *content creation*, pengambilan video konten, menjadi *talent*, penulisan *caption*, publikasi konten dan mengevaluasi performa konten yang telah dipublikasikan.
- c. Melakukan *monitoring* konten pada media sosial serta menganalisis para kompetitor untuk meningkatkan efektivitas serta relevansi pada strategi konten.

